

公司代码：603515

公司简称：欧普照明

欧普照明股份有限公司

2021 年年度报告摘要

OPPLE
欧普照明

二〇二二年四月

一、重要提示

1、本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站 <http://www.sse.com.cn/> 网站仔细阅读年度报告全文。

2、本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

3、公司全体董事出席董事会会议。

4、立信会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5、董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

本公司拟以实施权益分派股权登记日总股本扣减公司回购专用账户的股数为基数，每10股派发现金红利5元（含税），不送股，不转增股本。在实施权益分派的股权登记日前，如公司总股本发生变动，公司拟维持每股分配金额不变，相应调整分配总额。

公司2021年年度利润分配预案已经公司第四届董事会第五次会议审议通过，尚需提交公司2021年年度股东大会审议通过后实施。

二、公司基本情况

（一）公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	欧普照明	603515	不适用

（二）联系人和联系方式

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	刘斯	袁佳妮
办公地址	上海市闵行区吴中路1799号万象城V2栋	上海市闵行区吴中路1799号万象城V2栋
电话	021-38550000（转6720）	021-38550000（转6720）
电子信箱	Public@opple.com	Public@opple.com

（三）报告期公司主要业务简介

1、公司所从事的主要业务

欧普照明定位于绿色节能智慧照明企业，主要从事家居照明灯具、商用照明灯具、光源及控制类产品的研发、生产和销售，并逐步转型为照明系统综合解决方案服务商。

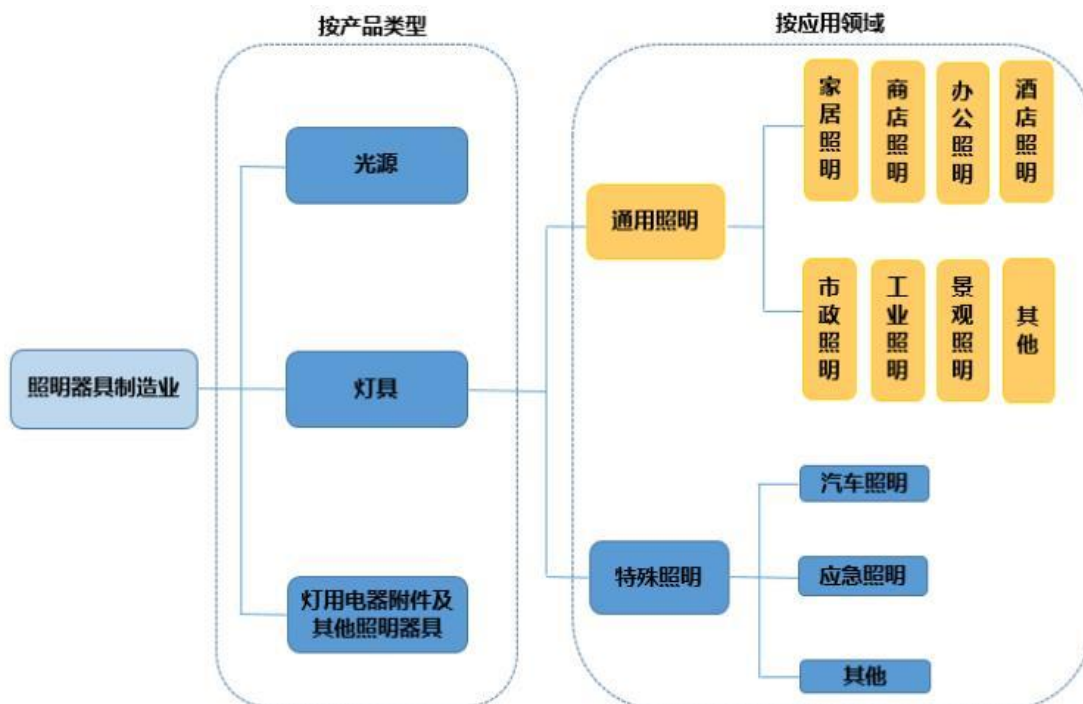
2、经营模式

公司采用经销为主、直销为辅的销售模式，以渠道下沉拓展销售触角，以整体方案体现增值服务，以多元渠道打通线上线下，以海外拓展扩大品牌影响。公司基于丰富的产品类型，选择了“自制+OEM”相结合的方式，紧跟市场动向、严抓生产控制、加强研发投入，满足市场多元化、高品质的需求。

3、行业情况说明

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》，照明行业按照产品类型及应用领域分类如下：

照明行业产品及应用领域分类



从产品类型来看，照明器具可分为光源、灯具、灯用电器附件及其他照明器具。公司主要产品为光源和灯具，同时也提供照明整体解决方案。

从应用领域来看，照明行业可分为通用照明领域和特殊照明领域。通用照明包括家居、商店、办公、酒店、市政设施、工业、景观等常见的场景；特殊照明包括汽车、应急灯等专业领域。从公司产品特性和应用领域来看，公司属于通用照明类企业。

就照明行业而言，上游行业主要涉及 LED 芯片、电子元器件、塑胶、五金、包装材料等原材料提供商。一方面，照明应用厂商销售规模的扩大，将刺激其对上游原材料的需求，从而带动上游厂商的销售增长。另一方面，照明应用厂商的产品直接面向消费者，因此能够感知消费者的需求变化，从而融入其新产品的开发设计之中，新产品的应用开发必然对原材料性能提出新的要求，该等信息反馈至上游厂商，促进上游厂商技术水平的提高。

通用照明行业的下游应用领域，室内主要包括家庭住宅、办公楼、商店、工厂等；户外产品的要求也在不断升级，个性化、特殊需求不断涌现，这些都将推动通用照明市场的发展。

1. 公司所从事的主要业务

欧普照明定位于绿色节能智慧照明企业，主要从事家居照明灯具、商用照明灯具、光源及控制类产品的研发、生产和销售，并逐步转型为照明系统综合解决方案服务商。

2. 经营模式

公司采用经销为主、直销为辅的销售模式，以渠道下沉拓展销售触角，以整体方案体现增值服务，以多元渠道打通线上线下，以海外拓展扩大品牌影响。公司基于丰富的产品类型，选择了“自制+OEM”相结合的方式，紧跟市场动向、严抓生产控制、加强研发投入，满足市场多元化、高品质的需求。

(四) 公司主要会计数据和财务指标

1、近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	9,076,910,013.17	8,560,462,125.08	6.03	8,107,404,791.79
归属于上市公司股东的净资产	5,786,894,014.59	5,249,115,406.00	10.25	5,015,532,810.23
营业收入	8,846,626,704.35	7,969,732,718.12	11.00	8,354,858,629.37
归属于上市公司股东的净利润	907,475,377.64	799,966,913.18	13.44	890,323,353.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	696,248,793.63	661,235,282.59	5.30	671,765,774.97
经营活动产生的现金流量净额	689,375,556.71	1,030,698,405.12	-33.12	1,113,430,088.61
加权平均净资产收益率(%)	16.63	15.72	增加 0.91 个百分点	18.99
基本每股收益(元/股)	1.20	1.06	13.21	1.18
稀释每股收益(元/股)	1.20	1.06	13.21	1.18

2、报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	1,756,227,109.85	2,206,524,079.89	2,195,379,967.37	2,688,495,547.24
归属于上市公司股东的净利润	134,868,337.79	306,985,673.17	181,771,903.29	283,849,463.39
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	85,040,707.92	230,778,926.17	141,258,736.93	239,170,422.61
经营活动产生的现金流量净额	-845,454,311.28	537,179,191.05	212,092,705.26	785,557,971.68

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

(五) 股东情况

1、报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

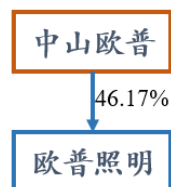
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					25,704		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					24,162		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有 限售 条件的 股份 数量	质押、标记或冻结情 况		股东 性质
					股份 状态	数量	
中山市欧普投资有限公 司	704,100	348,214,286	46.17	0	质押	47,940,000	境内非国 有法人
马秀慧		141,142,856	18.71	0	无	0	境内自然 人
王耀海		136,614,994	18.11	0	质押	25,000,000	境内自然 人
香港中央结算有限公司	-13,802,345	21,028,018	2.79	0	无	0	其他
宁波银行股份有限公司 —景顺长城成长龙头一 年持有期混合型证券投 资基金	2,454,660	2,454,660	0.33	0	无	0	其他
招商银行股份有限公司 —泓德瑞兴三年持有期 混合型证券投资基金	210,000	2,169,600	0.29	0	无	0	其他
绍兴世合投资咨询有限 公司	-2,337,100	2,054,379	0.27	0	质押	2,054,310	境内非国 有法人
吕碧文	1,458,000	1,458,000	0.19	0	无	0	境内自然 人
中国农业银行股份有限 公司—中证 500 交易型 开放式指数证券投资基 金	203,500	924,906	0.12	0	无	0	其他
中国光大银行股份有限 公司—泓德优选成长混 合型证券投资基金	232,893	874,013	0.12	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	中山欧普、王耀海先生、马秀慧女士为一致行动人。除此之外，公司未知上述其他股东是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

注：中山欧普股份变动系转融通出借所致。

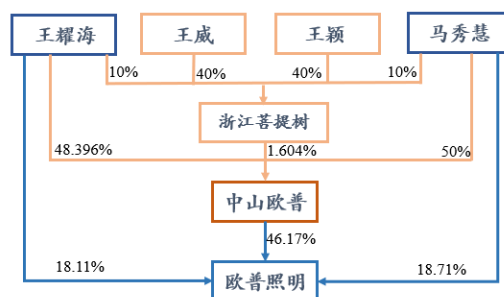
2、公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



3、公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



三、经营情况讨论与分析

2021年是“十四五”规划开局之年，是构建“双循环”新发展格局的第一年，也是公司转型升级的重要一年。报告期内，欧普照明秉承“超越所见”的品牌理念，紧紧围绕用户需求，持续优化渠道能力和渠道布局，积极推动以数字化、智能化为核心的产品创新与价值链变革，实现公司全年营收、利润创历史新高。2021年主要工作亮点如下：

（一）聚焦核心业务，强化渠道能力

1、线下消费者业务-促转型

（1）渠道终端转型升级，巩固门店核心竞争力

报告期内，公司持续对终端零售门店进行重装、改装，通过店内丰富的照明场景呈现，重塑家居灯光美学，并让消费者产生沉浸式购物体验；公司开设了多门面向照明顾问的培训课程，加强终端门店的获客、营客、固客能力，进一步提升了门店流量转化率及客户满意度。在此基础上，公司迭代优化门店陈列布局 and 商品组合，并围绕主推产品和解决方案进行深度运营，不断赋能终端门店，助力其盈利能力的有效提升。报告期内，相关主推产品套系销售占比超过40%。

（2）深耕下沉市场，掘金新机遇

随着近年来农村居民收入水平的不断提高，其购买力也在不断提升，乡镇消费者更加注重品质和购物体验。公司近年来重点布局乡镇下沉市场，报告期内已开发近3,000家水电光超市/专区，并通过针对性的产品组合，以及优质的终端环境，提升面向下沉市场的产品和服务，满足乡镇用户的一站式需求。报告期内，下沉渠道的品质型产品销售占比持续提升，预示着乡镇市场的消费

潜力巨大。同时，公司搭建了终端门店的下单体系，进一步促进门店数字化转型。此外，作为下沉市场的重要流量触点，水电工连接着渠道与消费者，公司通过搭建水电工互动平台，增强网点与水电工的粘性，进一步提升公司在下沉市场的品牌影响力及渗透力。

（3）全屋智能照明解决方案，缔造消费者梦想家生活

随着消费者对家居灯光美学的追求升级，消费者对于空间照明氛围的个性化需求也极大提升。公司围绕上述消费者需求，推出全屋智能照明解决方案，以全屋专业的灯光设计、卓越的照明品质、丰富的产品品类、科技智能体验，为消费者缔造健康、舒适、智能的家居灯光环境，实现消费者的梦想家生活。公司目前已建/在建的智能体验专区超 80 家，同时通过不断完善全流程管理体系，为消费者带来一站式服务新体验。

（4）全面升级场景化解决方案能力，上线数字化设计销售平台

报告期内，公司打造了一站式设计、销售和服务平台——欧普设计家，实现引流、营销、设计、下单、物流、安装、售后全流程数字化，把“所见即所得”的便捷体验带给客户。欧普设计家以方案设计为入口，集成公司各产品线解决方案，未来也将链接家居行业生态，形成场景化解决方案能力，持续助力公司在智能时代从产品制造者向美好生活空间缔造者的转变。

2、线下商照业务-固能力

经过多年发展，公司商照业务沉淀了丰富的行业照明解决方案及项目经验，形成了多项核心竞争力。在此基础上，公司进一步以客户为中心，探索优化大客户服务能力，构建完整的面向客户的解决方案组织，协力挖掘、满足客户的内在需求，实现项目的高效运作。随着项目服务能力的不断提升，公司今年进一步斩获包括李宁等在内的多项标杆项目，巩固了在商用大项目领域的竞争力。

与此同时，公司在各细分领域，也不不断深化专业解决方案能力，持续为用户提供智慧、绿色的健康光环境。报告期内，公司作为上海静安区苏州河景观照明产品供应商之一，以优质的户外亮化照明解决方案，为美丽苏州河增光添彩，助力“苏河七景、一湾一景”的打造，为人们提供一个更靓丽、更舒适的休闲娱乐场地照明环境。此外，在重点行业输出如下标杆项目：

在商业连锁领域，公司加强与行业头部企业的强强联合，持续提升终端连锁照明综合服务能力。报告期内战略签约万达、优衣库等大型头部企业；同时，为华住酒店等连锁品牌提供了优质的照明解决方案。

在汽车工业照明领域，公司已与多家国内外知名汽车品牌商达成合作，以专业、定制化的照明解决方案，为工厂车间营造更健康、更舒适的光环境。公司针对汽车生产中涉及的不同工艺流程车间，独家定制照明方案，例如针对涂装车间，公司定制化打造了利于检验员观察漆面瑕疵的斑马状无眩光照明解决方案等。2021 年 6 月份，在第十一届北京汽车制造业博览会上，公司聚焦工业车间照明设计，展现安全性、节能性和舒适度兼顾的照明解决方案，从车间的照明需求出发，展示智控灯具+DALI 模块，通过智控调光方式，营造良好的工业车间照明环境，促进生产效率的提升。

随着我国加速推进“碳达峰”、“碳中和”，国家从多个方面推进节能减排和绿色低碳转型。公司积极响应国家智慧城市建设和“双碳”目标的实施，布局发展智慧道路、隧道照明及多功能智慧杆相关业务，在智慧道路照明解决方案的研发和市场拓展方面取得快速发展。欧普道路照明管理系统不仅实现对照明设备的点对点控制、故障报警、路面照明质量监控、线路用电安全管理

等功能，而且设备在线率、可控率、亮灯率均达到 99.5% 以上的行业领先水平，实现光污染的减少和能源消耗的降低，进一步助力智慧城市建设。截至 2021 年底，公司在北上广深、雄安、珠海等地落地数百个智慧道路照明、智慧多功能杆项目，项目总节电率超过 50%，持续助力低碳绿色生活。

3、电商业务-拓平台

公司电商业务致力于打造以照明驱动的一站式智能硬装生态圈。在智能化方面，公司通过打通智控系统 with 第三方平台的直连，实现了多个智能平台接入，极大地提高了用户使用的便捷度；同时公司不断丰富智能化产品品类，线上智能化产品销售快速增长，报告期内线上智能家居照明占比超 40%，进一步满足了线上消费者智能化、便捷化的需求。

公司在精耕重点平台的同时，积极布局新平台，并在多个平台取得了快速发展；同时，公司主动探索学习新营销模式，报告期内在主流内容营销渠道实现销量突破，不断培育和挖掘新的增长机会。

4、海外业务-优运营

公司坚持全球化自主品牌发展战略，报告期内通过精细化运营，实现了海外业务多项运营指标优化，进一步提升了盈利能力。公司在沙特、迪拜、印尼、科威特等多个国家运用专业的照明经验，结合当地的资源环境，建设性地输出了多项标杆项目，持续开拓多个重点客户，为未来承接更多大型项目奠定了基础。同时，公司围绕海外多元化渠道的建设目标，进一步开拓海外电商渠道，包括阿里速卖通、亚马逊、Lazada 等跨境电商平台，完善海外市场网络布局，提高品牌影响力。在印度、泰国、越南等国，公司逐步构建本地化供应链体系，降低成本及费用，提高全价值链竞争力，进一步提升了公司在该市场的综合竞争力。

在欧洲市场，公司不断迭代智能产品和解决方案，凭借系统的便捷性及易安装性，获得了多个标杆项目，为欧洲区域医院、邮局等多元化场景提供智能照明解决方案。报告期内，公司在欧洲区域的智能化业务销售占比已持续提升至双位数以上。

（二）全面推进数字化变革，助力公司全价值链运营能力提升

近年来，随着全球数字技术的发展，以人工智能、云计算、大数据、物联网为代表的数字技术在各个行业取得了大规模的应用。数字经济蓬勃发展，各行业数字化转型不断加速。在数字化、智能化的趋势下，公司于 2021 年年中全面启动数字化和智能化变革，通过营销数字化、供应链数字化和数字运营三大专题的推进，推动公司端到端企业流程体系建设，支撑用户全价值链数字化的卓越运营，将所有的业务、流程、模式、工作方法，运营与商业模式，都通过软件和数字化来驱动，在不断提升用户体验和优化服务能力的前提下，实现全价值链的运营能力提升。

（三）产品管理与技术创新

公司持续以用户为中心，打造专业化、高品质的照明产品与解决方案。经过多年的积累，公司在光学、电子、材料、设计等方面已经形成了强大的核心竞争力，并不断在智能照明等领域持续创新与迭代。报告期内主要研发工作及成果如下：

1、推进产品平台化开发

公司持续推进产品技术及部件的平台化开发，即针对同类产品，把标准化的结构和部件进行统一的开发和采购，并在同一技术平台上进行衍生开发。截至目前，公司已完成搭建多个光学、电源、结构、及材料平台，这些平台的应用，有利于降低产品开发成本、缩短开发周期，实现技术成果的规模化运用，提升产品的性能和质量稳定性；同时，材料和部件的规模化采购，有利于采购成本的降低及物料供应的稳定；另外，就制造环节而言，标准化的部件生产，能够提高自动化生产效率，保证交付及时率，最终对公司综合成本的下降及客户满意度的提升有很好的促进作用。

2、迭代升级光学技术

公司在光学领域具有深厚的技术积累，研发的微棱光学反射技术，可以全面替代传统反射器件，并且相较传统技术，在光效提升的同时，实现了成本的大幅改善。今年上半年，公司进一步对该技术进行迭代，通过对微棱制造工艺和光学设计的创新升级，在卓越的光效指标下，实现了技术参数的进一步提升，不断构筑欧普照明在光学领域的核心竞争优势，并为用户带来更加节能、环保、明亮、舒适的光环境。

3、推出舒适、健康、智能的暖心智浴解决方案

针对浴霸产品用户使用的需求点和痛点，公司引入了新技术创新成果，推出系列高端浴霸产品，在沐浴体验、环境健康、人机交互方面取得了新突破。其中独特的软件算法，是根据用户实时沐浴环境温度，实现空间速暖和变频恒温，从而有效解决因温差过大造成易受凉的痛点，极大提升了用户沐浴体验；同时，该暖心智浴系列解决方案搭载了水氧离子净化除菌技术，经过第三方测试机构验证，能够实现 10m³ 空间的除菌率 >97% 效果，有效抑制卫浴空间细菌滋生，让沐浴环境更舒适、更健康；此外，产品搭载离线语音控制、异味感应换气等多项智能功能，给用户带来便携、舒适、健康的智能人机交互体验。

4、创新风扇灯技术，推出智能新品

公司通过持续的技术研发迭代，相较传统风扇灯技术，实现了多项技术突破，创造性开发出重叠隐形风扇灯扇叶，在保证扇叶强度和可靠性的同时，实现了风量提升；电机上盖和转动盘的一体化设计，进一步减少装配误差，极大的提升了产品质量的稳定性；照明采用公司专利技术的真彩光 LED，确保光环境更舒适和温馨；面罩与灯体紧密配合的一体化设计，实现灯具全系列防蚊虫，改善了传统产品遇到的痛点。在全新的架构设计下，实现了整机轻量化，有效降低产品成本的同时，提升了用户使用的安全性；同时，产品搭载智慧温感、离线语音控制等多项智能功能，为用户带来更清凉、明亮、健康的舒适体验。

5、持续构建智能家居生态圈

公司的智能家居生态圈致力于打造以全屋智能照明为核心，集合智能安防监控、智能家电控制、智能窗帘控制、语音识别系统、影音互动系统及智能场景定制的一体化功能，为用户缔造智能家居生活。报告期内，公司进一步完善智能产品矩阵，上线智能开关系列，并与公司其他的智能产品共同接入自主开发的“欧享家”智能 APP，无需重新布线及改线，搭配网关及其他智能设备，即可实现智能联动，满足用户多元化、高品质、便捷性的智能体验需求。

（四）制造供应链

2021年，在公司整体数字化战略的牵引下，制造供应链部门稳步推进数字化变革，深化精益化、自动化、数字化建设。

报告期内，公司持续进行精益改善，从订单到出货环节进行价值链的梳理，寻找与推动精益改善项目点，并结合 VSM 价值流、VAVE 价值分析与价值工程等精益改善工具和方法论，制定相应改善计划。公司全年累计开展 280 场精益改善活动，攻克改善课题数百个，产线效率整体提升 35.5%。

在自动化方面，公司采用 AI 视觉检测、自动裁线焊接工艺、零部件车间无人化打造等方式，进一步提高了产线自动化率，促进生产效率的提升。同时，公司持续优化供应链数字化能力，通过逐步上线 WMS 系统、规划 APS、MES 信息管理等系统，以实现生产排产及订单交付全流程的信息可视化；同时公司进一步推动 ISC（集成供应链）业务流程变革，围绕交付链端到端输出多个变革专题，巩固与提升供应链竞争力。

（五）品牌建设

2021年正值欧普照明创立二十五周年暨上市五周年，秉承“超越所见”的品牌理念，欧普照明坚守“用光创造价值”的企业使命，坚持以消费者为中心，积极拥抱数字化转型、智能化变革机遇，持续发力品牌价值提升，并积极向海内外传播“中国制造力量”。同时，欧普照明着力践行社会责任、回馈社会，勇于担当企业责任，用光明守护更多消费者的美好生活。

1、以华夏之光，闪耀迪拜世博会

2021年10月，世界博览会在全球贸易之都迪拜开幕，中国作为首批确认参与迪拜世博会的国家之一，以“构建人类命运共同体——创新和机遇”为主题，展现中国在信息、科技、教育、通信、人工智能等领域的发展和贡献。欧普照明作为中国馆官方合作伙伴，提供室内多场景照明解决方案，通过无线控制系统、人工智能识别轻互动体验，以及为名画《千里江山图》提供博物馆级的照明方案，最大限度地还原古画原有的质感和色彩。凭借专业出众的实力与创新研发的智慧成果点亮全人类充满机遇的美好未来，让中国智造闪耀世界，进一步提升欧普照明品牌在全球的美誉度与认知度。

2、坚持创新与责任，斩获多项国内外大奖

公司不断为顾客提供更优质的产品及服务，坚持创新、积极推动数智化转型，报告期内获得了 70 项国内外奖项及肯定。包括三大国际工业设计奖项 7 项（德国 iF 设计奖、德国红点设计奖、日本 G-mark 设计奖）及国内灯具设计重量级奖项 7 项（中国国际照明灯具大赛、阿拉丁神灯奖）；并获得中国品牌杂志颁发的消费者喜爱的中国品牌百强、全国国标五星级售后服务企业、全国质量诚信标杆企业、中国轻工业科技百强企业、百年上海工业百个知名品牌、胡润百富中国大消费民企百强、2021 年度热心公益企业等荣誉。

3、践行社会责任，以实际行动回馈社会

报告期内，公司积极投身公益，回馈社会，守护希望之光。报告期内，公司为马鞍山福利中心捐赠灯具 50 多万元；河北石家庄疫情期间全力支援隔离场所建设，为其捐赠近 600 盏专业路灯，全面保障该隔离点 510 亩地的室外照明需求；致敬建党百年，公司响应参与延川县南关小学教室照明改造；河南水灾，帮助“河南卫辉市政府”的灾后重建，捐赠市场价值约三百多万元的灯具

等物资；联动 10 家家居品牌，以实际行动关注特殊人群再就业，为常州天爱自闭症康复学校提供占地 50 亩的再就业场地照明设备的支持。

四、导致暂停上市的原因

适用 不适用

五、面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

六、公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注(受重要影响的报表项目名称和金额)
<p>财政部于 2018 年度修订了《企业会计准则第 21 号——租赁》(简称“新租赁准则”)。本公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则。根据修订后的准则，对于首次执行日前已存在的合同，公司选择在首次执行日不重新评估其是否为租赁或者包含租赁。</p>	<p>第三届董事会第十三次会议</p>	<p>(1) 公司作为承租人对于首次执行日前已存在的经营租赁的调整： 合并报表： 使用权资产增加 1,616,278.81 元，租赁负债增加 324,080.91 元，一年到期的非流动负债增加 1,292,197.90； 母公司报表： 使用权资产增加 904,711.46 元，租赁负债增加 221,001.42 元，一年到期的非流动负债增加 683,710.04 元； (2) 公司作为承租人对于首次执行日前已存在的融资租赁的调整： 合并报表： 使用权资产增加 4,683,297.37 元，固定资产减少 4,683,297.37 元，租赁负债增加 3,339,943.93 元，长期应付款减少 3,339,943.93 元</p>